

Analisis Peran Komunikasi Dalam Membentuk Citra Organisasi Islam Dalam Era Media Sosial

Dina Rosiyana¹

Universitas Islam 45

dinadanielx@gmail.com

Mila Setyaningrum²

Universitas Islam 45

milasetya01@gmail.com

Ismail³

Universitas Islam 45

Jl. Cut Mutia No.83, RT.004/RW.009, Margahayu, Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat 17113

Korespondensi penulis : dinadanielx@gmail.com

Abstract: *Communication is an important part of organization. one of them is islamic organization. An islamic organization is a group or community that is bound. Internal communication is very important to interact with the public in order to provide trust to the public so that people can invite to cooperate or bussiness collaboration. Communication strategies, such as the use of media, public relations to contribute to the growth of islamic organizations. Social media can make a positive contribution to islamic organization by increasing situational awareness and willingness to learn. Organization like Muhammadiyah can use social media to educate their follwers. Social media can also improve their ability to respond to crises and motivate social media users to become better.*

Keywords: *Communication, Organization, Media Social.*

ABSTRAK. Komunikasi adalah bagian penting dari organisasi. Salah satunya itu organisasi islam. Organisasi islam ialah kelompok atau komunitas yang terikat. Komunikasi internal sangat penting untuk berintraksi dengan publik agar dapat memberikan kepercayaan kepada publik sehingga orang dapat mengajak untuk bekerja sama atau kolaborasi bisnis. Strategi komunikasi, seperti penggunaan media, hubungan masyarakat untuk berkontribusi pada pertumbuhan organisasi islam. Media sosial dapat memeberikan kontribusi positif kepada organisasi islam dengan meningkatkan jangkauan kesadaran situasional dan kemauan untuk belajar. Organisasi seperti Muhammadiyah dapat memanfaatkan media sosial untuk mengedukasi pengikutnya. Media sosial juga dapat meningkatkan kemampuan merespons krisis dan memberikan motivasi para pengguna media sosial untuk menjadi lebih baik.

Kata kunci: Komunikasi, Organisasi, Media Sosial.

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah bagian penting dari organisasi. Tanpa komunikasi yang baik, berbagai masalah dapat muncul dari tingkat terbawah hingga tingkat pengambil keputusan. Permasalahan paling umum dalam organisasi adalah komunikasi yang tidak efektif baik secara vertikal maupun horizontal. Menjaga hubungan antara pemimpin dan karyawan adalah bagian penting dari komunikasi dalam organisasi. Komunikasi sangat penting bagi organisasi seperti darah atau sarafnya. “Kommunis” atau “common” dalam bahasa inggris, yang berarti

sama, adalah etimologi dari komunikasi. Berkomunikasi berarti berusaha untuk mencapai makna yang sama, atau “kesamaan”. (Evi Zahara, 2018)

Dengan kata lain, mencoba berbagai informasi, ide, atau pendapat kita dengan orang lain melalui komunikasi. Seringkali kita memiliki perspektif yang berbeda tentang hal yang sama, yang merupakan hambatan utama dalam berkomunikasi. Pada dasarnya, manusia adalah makhluk sosial yang perlu berkomunikasi, yang berarti mereka membutuhkan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Harold D. Lasswell menggambarkan komunikasi seba

gai jawaban atas pertanyaan-pertanyaan seperti: siapa, apa yang dikatakan, diaman jalurnya kepada siapa, dengan dampak apa? Kalimat ini menjadi formula Lasswell (Pohan & Fitria, 2021)

Organisasi tidak hanya ada di kehidupan sekolah, kampus, maupun di lingkungan pekerjaan. Ada banyak organisasi di Indonesia termasuk yang ingin kita bahas. Yaitu organisasi islam. Organisasi Islam ialah kelompok atau komunitas yang terikat oleh anggaran dasar organisasi dan memiliki pemahaman Al-Quran dan hadits yang unik. Tujuan organisasi Islam adalah untuk memahami dan menerapkan ajaran agama islam serta meningkatkan moral masyarakat. Tujuan lain sejalan dengan tujuan agama islam, yaitu memabawa rahmat, kesenangan, dan kesejukan. Selain itu, organisasi islam memiliki tujuan untuk melakukan dakwah, penelitian, dan pemahaman ajaran agama, dan mereka menyadari bahwa masing-masing dari mereka memiliki peran yang sama dalam mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu, organisasi islam memainkan peran penting dalam pengajaran agama islam, menanamkan rasa nasionalisme, membangun institusi pendidikan, dan memerangi radikalisme dan terorisme. (Sahputra Napitupulu, 2019)(Eko Boedhi Santoso et al., 2020)

Saat ini perseorangan, instansi, maupun sebuah organisasi sangat memerlukan yang namanya Citra. Terlebih lagi suatu organisasi, karna saat ini orang sangat memperdulikan apa yang terlihat dan terbukti di dunia nyata. Citra organisasi itu adalah bagaimana sebuah organisasi menjelaskan kepada masyarakat tentang bagaimana organisasi ingin terlihat. Semua organisasi ingin memiliki citra yang bernilai positif, jadi sangat penting untuk membuat dan memepertahankan citra tersebut untuk kelangsungan hidup organisasi atau dimata masyarakat maupun publik, karna ini dapat meningkatkan profitabilitas, pertumbuhan, dan eksistensi organisasi. (Alfarisi & Hasanah, 2021)(Putra Perssela et al., 2022)

Ini mencakup elemen visual dan non-visual yang menggambarkan bagaimana organisasi itu bergerak dan bagaimana persepsi masyarakat terhadap organisasi itu sendiri. Citra organisasi sangat penting karna menunjukkan eksistensi organisasi di mata masyarakat

dan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap organisasi. Pembentukan citra yang baik juga dapat membantu orang atau organisasi mencapai tujuan mereka. (Susanti, 2014)

Citra organisasi bisa didapat dan dipertontonkan melalui banyak saluran. Apalagi saat ini sedang marak penggunaan media sosial. Era media sosial telah membawa dampak positif di berbagai aspek kehidupan. Hal ini telah diubah oleh era media sosial, termasuk organisasi islam. Di era digital saat ini, media sosial telah berkembang pesat. Media sosial awalnya berasal dari media konvensional seperti surat kabar, televisi, dan radio. Namun, dengan munculnya internet, mereka menjadi lebih luas dan sekarang digunakan untuk tujuan politik, pemerintahan, dan lainnya. Kehadiran media sosial dan perangkat elektronik berbasis internet telah menciptakan masyarakat digital yang mengubah cara orang berkomunikasi, berinteraksi, dan mendapatkan informasi. (Satlita, 2015)(Susanti, 2014)

Media sosial memungkinkan organisasi islam untuk mempublikasikan kegiatan dan pesan-pesan dakwah dengan cepat dan akurat. Media sosial juga berperan sebagai alat komunikasi dua arah untuk berinteraksi dengan publik. Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat, mempermudah komunikasi, ekspresi, dan konektivitas dengan orang lain. (Satlita, 2015)

Dalam rumusan masalah ini, yang akan saya selidiki pada sebuah fenomena yang terjadi dewasa ini ialah sebagai berikut:

- a. Bagaimana peran komunikasi dalam meningkatkan citra organisasi islam?
- b. Apa dampak positif dari media sosial dalam meningkatkan organisasi islam?

Kemudian, tujuan dibuatnya jurnal ini adalah untuk mengedukasi dan memberi tahu kepada publik bahwa sebenarnya media sosial tidak hanya berdampak negatif. Namun media sosial juga memiliki dampak yang positif. Contohnya dalam mengembangkan organisasi islam di era media sosial ini.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis pendekatan yang dilakukan untuk membuat jurnal ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang fokus pada interpretasi mendalam terhadap fenomena yang sedang diselidiki. (Somantri, 2005)

Studi kasus ini dilakukan dengan sistem literatur review. Metode ini dilakukan adalah untuk memberikan penjelasan mendalam tentang suatu fenomena, yang dilakukan dengan mengumpulkan data secara menyeluruh. Metode ini digunakan untuk menjelaskan peran

komunikasi dalam membangun citra organisasi islam di era media sosial. Hal ini mencakup komunikasi yang dilakukan organisasi islam untuk membangun citra mereka di era maraknya penggunaan media sosial, serta bagaimana mereka meningkatkan kualitas dalam organisasi islam, yang mungkin tidak banyak orang tahu. (Indahyanti, 2022)

Literatur review digunakan untuk mengumpulkan data. Untuk melakukan pengamatan ini, peneliti membaca berbagai jurnal yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Membaca jurnal referensi membantu data yang digunakan untuk membuat latar belakang dan isi yang ada di jurnal ini.

PEMBAHASAN

a. Peran Komunikasi Untuk Meningkatkan Citra Organisasi Melalui Media Sosial

Meningkatkan citra organisasi islam sangat dibantu oleh komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi internal membantu komunikasi kerja, memfasilitasi musyawarah, dan menciptakan suasana keluarga di dalam organisasi. Komunikasi organisasi memungkinkan organisasi untuk berinteraksi dengan khalayak, membangun hubungan yang berkelanjutan, dan meningkatkan program dan sumber daya manusia. Ini adalah cara perusahaan dapat berinteraksi dengan orang lain secara eksternal.

Silahturahmi, pendekatan personal, memberikan perhatian, dan berpartisipasi dalam kegiatan khalayak adalah contoh komunikasi eksternal. Komunikasi dari khalayak ke perusahaan juga penting melalui tanggapan pendengar, kunjungan, kerja sama bisnis, dan praktikum. Strategi humas di perguruan tinggi islam juga membantu membentuk citra positif. (Anggriyani, 2017)

Untuk meningkatkan citra perguruan tinggi islam, humas bertanggung jawab untuk menggunakan media, membangun hubungan dengan pihak internal dan eksternal, dan menjaga citra lembaga agar mendapat kepercayaan masyarakat. Seperti yang dilakukan oleh Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII). Strategi Public Relations juga digunakan untuk membangun citra positif dalam organisasi islam. Oleh karena itu, strategi hmas dan komunikasi organisasi sangat penting untuk membangun dan meningkatkan citra organisasi islam di perusahaan tinggi, dan lembaga dakwah. Berikut ini adalah beberapa contoh bagaimana komunikasi berkontribusi pada peningkatan nilai organisasi islam: (Megawati & Ihsanuddin, 2022)

- a. Menyampaikan Informasi Tentang Organisasi Islam Kepada Masyarakat Komunikasi dapat membantu organisasi islam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Ini

mencangkup visi, misi, tujuan, program, dan kegiatan organisasi islam. Dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat, masyarakat dapat memahami apa yang dilakukan organisasi dan mengapa organisasi itu diperlukan.

b. Membangun pemahaman tentang islam Organisasi islam juga dapat membantu masyarakat memahami islam melalui komunikasi. Hal ini dapat dicapai dengan menyampaikan pesan islam yang positif dan ramah kepada masyarakat, sehingga masyarakat memiliki pandangan yang positif tentang islam dan ajarnya.

c. Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat.

Organisasi islam dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui komunikasi yang jujur dan terbuka. Masyarakat akan lebih percaya pada organisasi islam yang terbuka dan tidak menyembunyikan informasi.

d. Menciptakan Citra yang Positif

Organisasi islam dapat memperoleh citra yang positif di mata masyarakat melalui komunikasi yang efektif. Citra yang positif ini dapat menarik perhatian masyarakat dan mendapatkan dukungan dari masyarakat. (Susanti, 2014)

Berikut ini adalah beberapa contoh bagaimana komunikasi dapat digunakan untuk mempromosikan organisasi islam di mata publik:

- Sebuah organisasi islam dapat melakukan aktivitas sosial untuk membantu orang-orang miskin. Organisasi islam tersebut dapat menyebarkan informasi tentang kegiatan ini melalui berbagai media untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa mereka peduli terhadap masyarakat.
- Sebuah organisasi islam dapat mengadakan seminar atau diskusi tentang islam. Seminar atau diskusi ini dapat mengundang pembicara yang ahli dan menyampaikan pesan islam yang positif.
- Sebuah organisasi islam dapat menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan informasi tentang organisasi serta pesan islam yang menarik dan relevan dengan kehidupan masyarakat.
- Organisasi islam dapat meningkatkan citra mereka di mata masyarakat dengan menggunakan komunikasi yang efektif. Citra yang lebih baik ini dapat membantu mereka mencapai tujuannya dan memberikan manfaat. (Fitri, 2017)

b. Dampak Positif dari Media Sosial Untuk Meningkatkan Organisasi Islam

Media sosial dapat memberikan dampak positif bagi organisasi Islam dengan meningkatkan aktivitas dakwah dan kegiatan keagamaan. Salah satu dampak positifnya adalah penebaran informasi dan promosi kegiatan keagamaan kepada masyarakat luas. Selain itu, media sosial tidak hanya dapat digunakan untuk menyebarkan kebaikan dan memperkuat keimanan tetapi juga untuk menambah pengetahuan dan pemahaman tentang Islam. Media sosial juga membantu organisasi Islam memperoleh budaya Islam dan meningkatkan motivasi berperilaku keagamaan. Media sosial juga meningkatkan motivasi berperilaku keagamaan. Namun penggunaan media sosial juga harus dibarengi dengan etika bermedia sosial yang benar dan selektivitas yang tinggi dalam memilih kajian agama di media sosial agar ilmu agama yang sebenarnya dapat dipelajari dari ahlinya. (Fitri, 2017)

Beberapa sumber yang relevan menyatakan bahwa media sosial memberikan dampak positif yang dapat membantu organisasi islam dalam berbagai cara yaitu:

- a. Memperkuat jejaring akun media sosial: organisasi islam seperti Muhammadiyah dapat menggabungkan akun media sosial pelajar mereka dengan akun media sosial organisasi islam. Dengan demikian, organisasi islam dapat menyebarkan pesannya ke lebih banyak orang, menjadikannya lebih kuat dalam memimpin cerita di dunia maya.
- b. Meningkatkan kesadaran situasional: media sosial dapat membantu organisasi meningkatkan kesadaran situasional yang memungkinkan mereka untuk menanggapi krisis dengan lebih baik. Da'i dapat menyebarkan pesen agama dengan lebih luas melalui penggunaan teknologi.
- c. Menyebarkan Pesan Agama: Para Da'i dapat menyebarkan agama islam dengan lebih luas dengan bantuan teknologi media sosial
- d. Meningkatkan motivasi untuk belajar: penggunaan media sosial yang bijak dapat mendorong siswa untuk terus belajar. (Akbar, 2019)

Media sosial memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan pesan dakwah dan informasi serta memungkinkan organisasi islam untuk terhubung secara global. Sumber-sumber yang relevan menyimpulkan bahwa media sosial dapat meningkatkan organisasi islam melalui penguatan jejaring akun, peningkatan kesadaran situasional, penyebaran pesan agama, dan peningkatan semangat belajar. Selain itu juga dengan maraknya penggunaan media sosial, organisasi juga lebih mudah untuk memperlihatkan kegiatan yang sedang dilakukan di organisasi melalui postingan di Media sosial. Sehingga, orang awam yang

awalnya tidak tahu menjadi tahu karna postingan tersebut. Itulah dampak positif dari media sosial bagi organisasi islam. (Fitri, 2017)

SIMPULAN

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan berbasis islam menguntungkan organisasi dan kinerja anggota. Beberapa dampak positif tersebut antara lain memberikan keputusan yang adil. Kepemimpinan islam menekankan keadilan dan menghargai keputusan musyawarah yang menghasilkan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif. Selain itu ada banyak dampak positif dari adanya lingkungan kerja yang memadai. Antara lain dapat meningkatkan motivasi, meningkatkan solidaritas, dan juga bisa meningkatkan keahlian. Begitu juga dengan komunikasi di dalam organisasi. Komunikasi organisasi sangat penting untuk meningkatkan visibilitas organisasi islam melalui media sosial. (Harjani Hefni, 2014)

Komunikasi internal membantu dalam komunikasi kerja membentuk kelompok, dan membina hubungan. Komunikasi eksternal sangat penting untuk interaksi dengan public menumbuhkan kepercayaan kerja sama dan kolaborasi bisnis. Strategi komunikasi, seperti penggunaan media, hubungan internal dan eksternal, serta hubungan masyarakat berkontribusi pada pertumbuhan organisasi Islam. Media sosial dapat memberikan kontribusi positif kepada organisasi Islam dengan meningkatkan jangkauan kesadaran situasional, dan kemauan untuk belajar. Organisasi seperti Muhammadiyah dapat memanfaatkan media sosial untuk mengedukasi pengikutnya dan lebih berpengaruh di dunia sastra. Media sosial juga dapat meningkatkan kemampuan merespons krisis memberikan ajran Islam dan memotivasi siswa untuk terus belajar. (Daryanto Setiawan, 2020)

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. S. (2019). Peran Media Sosial Dalam Perubahan Gaya Hidup Remaja. *Universitas Airlangga, 1*(1).
- Alfarisi, S., & Hasanah, U. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Sosial Studies, 2*(April).
- Anggriyani, E. (2017). Analisis Peran Komunikasi Anggota Kelompok dalam Jaringan Komunikasi. *Sains Peternakan, 13*(1). <https://doi.org/10.20961/sainspet.13.1.15-21>
- Daryanto Setiawan. (2020). LANDASAN KEILMUAN KOMUNIKASI ISLAM. *WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, 1*(2).

<https://doi.org/10.51590/waraqat.v1i2.41>

- Eko Boedhi Santoso, Nilawati Fiernaningsih, & Rizky Kurniawan Murtiyanto. (2020). PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA ORGANISASI. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Humaniora*, 7(2). <https://doi.org/10.33795/jabh.v7i2.7>
- Evi Zahara. (2018). Peranan Komunikasi Organisasi Pimpinan Organisasi. *Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi*, 1829–7463(April).
- Fitri, S. (2017). Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media. *Naturalistic: Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1.
- Harjani Hefni. (2014). Perkembangan Ilmu Komunikasi Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 4(2).
- Indahyanti, C. R. (2022). Literatur review. *MIZANIA: Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1). <https://doi.org/10.47776/mizania.v2i1.469>
- Megawati, R., & Ihsanuddin, M. L. (2022). Adaptasi Dakwah Virtual Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) Semarang Barat Pasca Pandemi Covid 19 (New Normal Era). *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 2(2). <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v2i2.5373>
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis Komunikasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, 2.
- Putra Perssela, R., Mahendra, R., & Rahmadiani, W. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIVITAS KOMUNIKASI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)*, 2(3). <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>
- Sahputra Napitupulu, D. (2019). Komunikasi Organisasi Pendidikan Islam. *At-Ta'dib: Jurnal Ilmiah Prodi Pendidikan Agama Islam*, 11(2).
- Satlita, L. (2015). Membangun Citra Positif Organisasi Melalui Public Relations. *EFISIENSI - KAJIAN ILMU ADMINISTRASI*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v6i1.3831>
- Somantri, G. R. (2005). MEMAHAMI METODE KUALITATIF. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2). <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>
- Susanti, E. (2014). Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Organisasi. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 2(2).